大数据时代下传统图书出版编辑应对挑战的有效措施

官军燕
（南京师范大学出版社，江苏 南京 210097）

摘 要：本文主要探究了大数据时代传统图书出版编辑的现存问题，对大数据时代传统图书出版面临的挑战进行了分析，同时从正确地看待数字出版形式、树立数字出版意识，注重数字版权、更新编辑工作程序、进一步整合出版资源、应用高科技软件提高图书出版的质量、不断提高编辑的专业能力和综合素质六个方面入手，对传统图书出版编辑应对大数据时代的挑战的有效措施进行了探讨，以供参考。

关键词：大数据时代；传统图书；出版编辑；挑战 **中图分类号：**G232.3 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）12-114-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.12.036
本文著录格式：官军燕．大数据时代下传统图书出版编辑应对挑战的有效措施[J]. 中国传媒科技，2021（12）：114-115，118.

大数据时代背景下，各行各业迎来了诸多挑战，传统图书出版行业也不例外。若要促进图书出版行业良好发展，就要在实际运作中加大探索和研究力度，积极革新出版方式，如此，才可推动图书行业良好发展。面对大数据时代带来的各种挑战，怎样提升传统图书出版编辑工作的效率，是每一位出版编辑人员需要深入思考的重要问题。在实际工作中，图书出版编辑人员要不断提升自身专业素养和业务水平，如此才可以轻松应对大数据时代的挑战，使人们的相关需求得到满足。

1. 大数据时代下传统图书出版编辑的现存问题

大数据时代背景下，传统图书出版编辑逐渐暴露出了一些问题，这些问题对图书出版编辑的发展造成了极大的阻碍。这些问题主要体现在下述几个方面。

1.1 信息采集方式单一

编辑的选题和内容与图书出版的质量息息相关，尤其是大数据时代的到来，人们可以十分便捷地获取各种信息，同时获取信息的成本显著减少。所以，要想确保内容与选题良好，就要在海量、繁杂的信息中对有价值的信息予以探寻，同时要深入挖掘信息，采集有深度的信息。而传统图书出版编辑在采集信息的过程中，仍以个人经验和意识为主，也没有深挖信息，难以保证信息的正确性。同时，大数据时代背景下，市场营销、策划与推广等是图书出版必不可少的重要工作，因此，传统图书出版编辑应借助应用互联网技术有效采集、整理、分析和利用信息，从而对图书出版内容予以明确。

1.2 编辑工作效率较低

在传统图书出版流程中，校对与加工是必不可少的环节，而在编辑业务素质中，加工和校对也是不可或缺的能力之一。[1] 一般情况下，校对和加工环节均是由编辑在纸质样书上展开，诸多出版社普遍使用的是“三审三校”制度，有时需要多次编校，反复重复此过程，直至零差错。传统图书编辑的编校工作相对于大数据时代利用科技手段，数字化编校的流程，所需时间更多，同时更容易出错。

1.3 信息交流与反馈缺乏及时性和全面性

信息反馈能力是一种十分重要的编辑基本能力，其和编辑能否把握市场走向以及了解受众群体的程度息息相关。[2] 过去，图书编辑通常都是借助信件交流、热线电话和问卷调查等形式掌握读者信息的反馈，除了具有片面性、时效性差、周期长等缺点外，还以单向的信息采集为主，而非双向的交流。大数据时代背景下，可以更加全面、及时地反馈各群体信息，可积极对互联网以及各种终端设备进行运用，对真正意义上的群体和群体、圈子和圈子、人和人之间跨平台、跨界面的融合与交流的渠道进行了构建。

2. 大数据时代下对传统图书编辑工作造成的影响

大数据时代的到来，对各行各业都造成了极大的影响，传统图书编辑工作也不例外。若编辑想确保自身水平和时代发展相适应，就必须从全局出发，借用大数据技术，促进出版业良性发展。具体而言，大数据时代对传统图书编辑工作造成的影响主要表现在下述几个方面。

2.1 大数据时代转变了传统图书的出版形式与内容

随着时代的不断发展，图书出版行业也积极进行了改革和创新，在此形势下，图书出版内容日益丰富。传统出版行业的内容、架构以及传播途径较为单一，出版形式缺乏创新性，比较固定。[3] 但在大数据的影响下，传统的出版内容和形式得到了显著改善，现阶段，图书出版的媒介传播方式与模式越来越多样，建立了一个系统性的全媒体出版形式，将图书出本的优势充分凸显了出来。但同时，也带给了图书出版行业诸多新的挑战。

大数据时代下，尽管传统图书行业得到了良好发展，促使出版更专业化，同时逐渐由发散性、无目标性的图书出版方式向高效运转化、智能有效化以及细致性的模式转换，但也导致诸多新的问题出现。如相较于过去的图书出版，此阶段的图书出版不再只局限于形式、内容和纸张，开始注重电脑、移动网络终端的使用，增强了传统图书出版行业的服务质量。

2.2 大数据时代转变了出版模式和出版程序

大数据时代，信息技术的应用与发展发生了显著改变，图书出版行业面临着诸多新挑战，在传统图书出版编辑流程中，主要运用的是“流水线式”的运作模式，在此模式下，不管哪一环节出现问题，均会阻碍整个出版编辑工作的正常开展，所以此运转方式更保守，难以和现阶段社会的迅猛发展相适应。同时在传统的图书出版编辑工作中，更侧重于编辑的个人意见，具有较强的个人指向性。[4] 大数据时代下，图书出版编辑主要围绕读者开展工作，借助对市场需求展开动态预测分析，配合网络运营，重新塑造出版程序，同时立足于读者的需求完成出版内容，从而生产出满足读者需求的图书内容，为图书的推广与营销奠定坚实的基础。除此之外，读者阅读渠道的改变也加大了图书出版编辑的难度，相较于过去在书店和邮局买书的方式，大数据时代下，读者对电子图书更感兴趣，其阅读方式也更加便捷、省时，所以只有积极对出版程序与模式进行创新，才能与时代发展相适应，使读者的需求得到满足。

3. 传统图书出版编辑应对大数据时代挑战的有效措施

综上所述，在大数据时代，传统图书出版编辑正面临着极大的挑战，这对传统图书出版编辑以及编辑人员的要求也越来越高。

3.1 正确看待现代的数字出版形式

大数据时代下，图书在出版方式方面出现了诸多变化，数字出版方式受到充分认可。所以，传统图书出版编辑应竭力增强自身专业能力，不仅要掌握好传统出版技术，同时还要充分认识现代数字技术的优势，积极学习和掌握相关数字出版技术，并在实际操作中应用。

图书出版编辑需要总结行业发展趋势，夯实数字出版稳定、持续发展的基础，这有利于促进图书行业良性发展。编辑需要掌握各类数字出版技术，规范和校对文章，使文章的质量得到保证。[5]

3.2 展开市场需求调研，优化选题角度

图书出版编辑要想实现良好的发展，首先要使图书出版的质量与效率得到保证，促进图书销售量增多。对此，出版编辑应对市场需求变化进行系统、科学的分析，并通过网络信息技术进行调查，全面整理网络书籍点击率，研究现阶段大众感兴趣的书籍类型，根据读者喜好进行选题策划。这就对编辑分析、搜集和整合提炼网络信息数据的能力提出了较高要求。同时，在相同题材上，编辑人员需要加强创新思维能力，找到新颖的角度，以此有效吸引读者的眼球。编辑工作人员必须积极创新出版形式与内容，如此，才可以确保图书出版行业更具竞争优势。[6]

3.3 进一步整合出版资源

近些年，部分编辑偏重关注出版物外观形式，忽视了内容，使图书质量大大降低，阻碍了整个行业的发展。为了能够提高出版物质量，编辑需要对行业发展趋势进行科学的总结与研究，学会灵活应用现代的出版技术。为确保与时代发展需求相符，编辑需认识自身使命与责任，使出版质量得到保证，推动行业今后发展。[7] 比如，编辑人员需要积极运用先进科学技术，诸如对稿件进行校对的相关软件，校对工作完成后，还要展开二次审核，特别是部分软件难以进行核对的语法、结构等相关内容，务必要第一时间检查，以免语句错误。

3.5 创新拓展图书形式

当前，各种各样的网络终端设备越来越多，人们更喜欢在互联网中阅读书籍，在此形势下，实体书市场不断衰退。针对互联网技术、大数据时代带给图书出版行业的影响，传统图书出版编辑必须予以正确看待，竭尽全力促进图书朝着数字化出版方向发展。比如，可以加大和网络市场中运营规范、受众多、影响力强的阅读App、图书网站的合作力度，通过数字化的方式将图书产品向网络平台进行投放，从而使实体书销量低的问题得到解决，拓宽图书产品读者规模。

此外，在大数据时代下的大众文化市场中，短视频文化和融媒体文化是不可或缺的一部分。所以，图书出版编辑需要消除“以文字示人”的理念，并通过网络电台以及短视频等相关元素，以图书内容为基础，生产有声读物、短视频情景剧等融媒体、新媒体产品，如此，也能有效拓展图书形式，让网民群体有更多的渠道阅读、接触图书。同时，若网络电台以及短视频质量较高，可夯实自媒体账号运营以及孵化的基础，有利于资源发布、信息采集、图书营销和受众互动，促进图书出版编辑工作效率的提高。比如，当前，《白话红楼梦》《平凡的世界》等实体书籍均在“喜马拉雅”中进行有声化、数字化转型，两者在此平台的累计播放量分别为8756.2万、1.3亿，其带来的产品效益以及影响不言而喻。

3.6 促进编辑的综合素质和专业能力增强

现阶段，图书类型丰富多样，需要出版编辑充分了解各个领域的图书，具备良好的个人素养和专业的知识能力，编辑工作人员应端正工作态度，保证图书的质量，帮助读者积累丰富的专业知识，使读者对阅读产生浓厚

（下转第118页）